

REVISTA portal VGV

TUDO SOBRE O MERCADO IMOBILIÁRIO

ANO 4 - EDIÇÃO 11 - JUN.2020

Pandemia

Medidas de estímulo repercutem positivamente no mercado imobiliário

Gestão

Aproveite o momento atual para instituir processos na sua empresa

Vendas

Exclusividade imobiliária é garantia de transações bem feitas

Mercado

Lives e eventos online continuam aproximando profissionais

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Como montar times eficientes e produtos imobiliários inovadores valorizando a diversidade e a inclusão

Denis Caldeira

Diretor de pequenas e médias empresas do Facebook na América Latina

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA - VENDA AVULSA PROIBIDA

PORTAL
VGV



PREPARE SUA EMPRESA PARA



marketingim.com.br



TOP BROKERS

**MAI
GO**
por Marcus f.

A O NOVO CICLO IMOBILIÁRIO

Para obter mais resultados, o melhor caminho é treinar a sua equipe. Por este motivo, o Portal VGV possui treinamentos criados sob medida para o objetivo do seu negócio.

MARKETING IMOBILIÁRIO

TÉCNICAS DE VENDAS

MOTIVAÇÃO E ENGAJAMENTO

MEETING DE LANÇAMENTO

CONVENÇÕES DE VENDAS

PORTAL
VGV



QUEBRE
A BANCA

MO
BILI
ÁRIO
Frans

Se você precisa lançar empreendimentos, apresentar novas metas ou dar um gás novo no seu time, conte com os nossos especialistas. Fale com o Boni e faça já uma cotação:

eventos@portalvgv.com.br

Avanço anual de 21% nos lançamentos imobiliários, de 8,3% em lançamentos Médio e Alto Padrão e de 4,8% nas vendas do segmento MCMV

Os resultados, todavia, ainda não refletem os impactos da Covid-19 na economia brasileira, que devem ser divulgados nos meses seguintes à publicação desta edição.

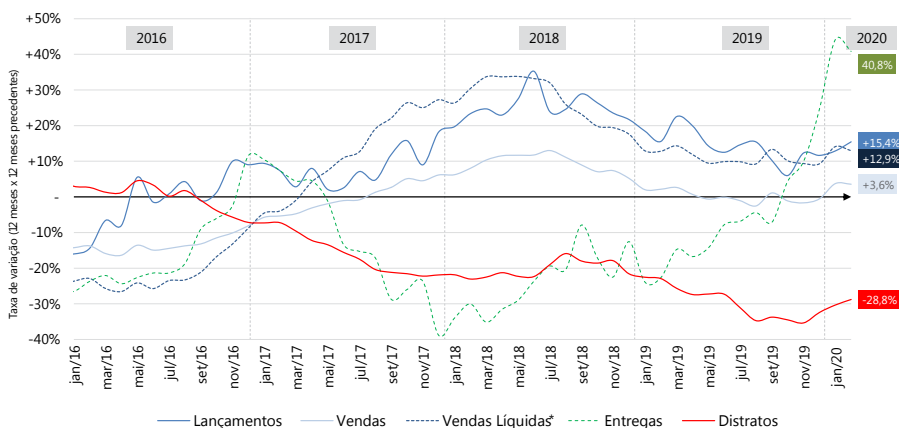
Fonte:



indicadoresabrainc@fipe.org.br

TENDÊNCIAS

Evolução da taxa de variação em 12 meses de lançamentos, vendas, vendas líquidas* e distratos para todos seguimentos**



Com alta de 0,99% em março, preço do aluguel residencial encerra primeiro trimestre em alta no país

O valor médio de R\$ 30,37/m² é considerado o maior aumento mensal do preço de locação em 7 anos. Com base em dados de 25 cidades, o estudo que mostrou o mercado aquecido antes da crise gerada pela Covid-19, também apontou Belo Horizonte (+1,85%), Salvador (+1,75%) e Brasília (+1,34%) com as maiores elevações no preço do aluguel residencial.

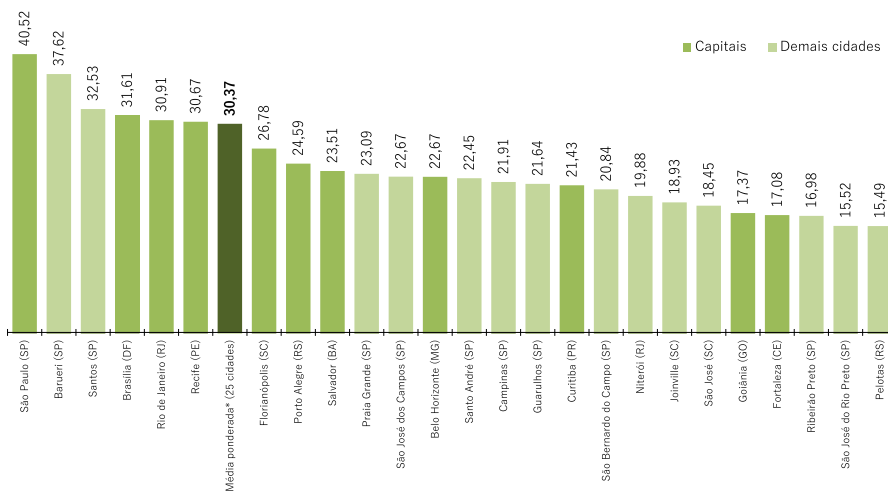
Fonte:



fipezap@fipe.org.br

PREÇO MÉDIO DE LOCAÇÃO POR CIDADE

Comparativo do preço médio de locação de imóveis residenciais no último mês (R\$/m²)



Cenário de intenção de compra de imóveis 24 a 12 meses 2019-2020

//

“O mercado apresenta queda das intenções de compra em todas as regiões, quando levada em consideração a intenção acumulada do ano, ou seja, segundo trimestre apresenta uma baixa em função da covid-19. Em nossa avaliação, uma queda sensível, mas ao mesmo tempo menor que o esperado. Indicando que o mercado estará represado em demanda, com poucos lançamentos até agora, jun/20. Isso faz com que os preços permaneçam.”

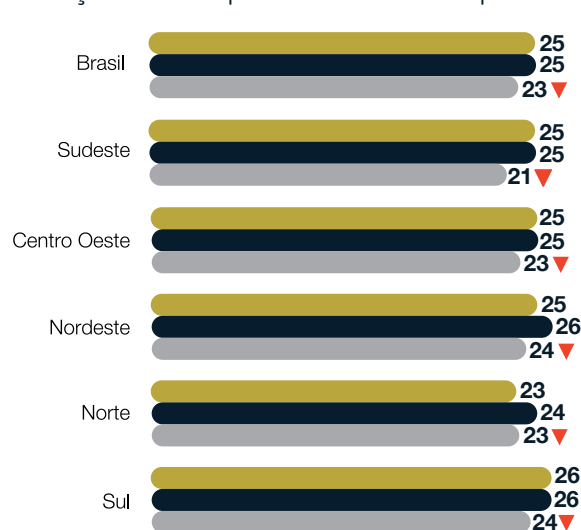
//



Marcus Araujo
Presidente Fundador
#enxerguemaislonge



Intenção de compra de imóveis nos próximos 24 meses.

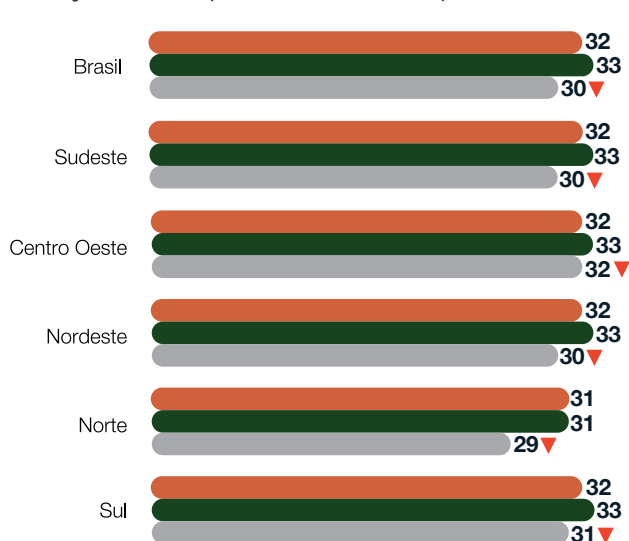


- 2019
- 1º Trim. 2020
- 1º e 2º Trim. 2020

▼ **Queda significando “vendas dos estoques” gradativamente.**

Público alvo: Famílias com renda familiar mensal a partir de R\$ 1.500,00 residentes em todo o Brasil.

Intenção de compra de imóveis nos próximos 12 meses dentro do grupo com intenção para 24 meses.



- 2019
- 1º Trim. 2020
- 1º e 2º Trim. 2020

▼ **A queda se deve às vendas gradativas dos estoques.**

Público alvo: Famílias com renda familiar mensal a partir de R\$ 1.500,00 residentes em todo o Brasil.

Fonte:



datastore

contato@datastore.com.br



* **Bruno Lessa** é Diretor do Portal VGV, autor dos livros *Marketing Imobiliário*, *Marketing de Relacionamento no Setor Imobiliário* e *A Jornada de Compra do Imóvel*, palestrante e investidor.

✉ contato@portalvgv.com.br

in /lessabruno

📷 /brunolessa.mkt

f /oliveiralessa

▶ /portalvgv

🐦 /portalvgv

Editorial

IMÓVEL: O bem mais importante nesta quarentena

Que o imóvel é um bem extremamente importante na vida das pessoas, isso não é nenhuma novidade. Afinal de contas, todos nós precisamos de um imóvel desde o primeiro minuto de nossas vidas até o último segundo de nossos dias. É no imóvel que encontramos a proteção necessária para poder viver.

Porém, devido a toda essa situação de quarentena e isolamento social a que fomos submetidos por causa da pandemia de Covid-19, o imóvel foi além e se tornou simplesmente o bem MAIS importante da atualidade. Já parou para pensar nisso?

É dentro de um imóvel que estamos passando a nossa quarentena. É dentro de um imóvel que estamos tendo momentos mais intensos com a família. É no imóvel que estamos trabalhando, exercitando, refletindo... É dentro do imóvel que estamos redescobrimo quem realmente somos. Neste ponto, quanto melhor e mais confortável o imóvel, mais fácil se torna suportar este momento de isolamento social.

Quem trabalha há muitos anos no mercado imobiliário já se habituou a tratar o imóvel como um produto, afinal de contas, é algo bem comum no nosso dia-a-dia. Porém, caro leitor, para uma pessoa que está convivendo com o imóvel por mais tempo neste período, está tratando este bem como o grande protagonista e (re)descobrimo pontos positivos e negativos que impactam diretamente em sua qualidade de vida.

Portanto, fica o questionamento: será que estamos passando este sentimento para os nossos clientes e potenciais clientes? Será que estamos, de fato, demonstrando a IMPORTÂNCIA que a decisão de compra deste ativo tem na vida das pessoas? Ou estamos falando apenas de tijolo, areia e cimento? Vale a reflexão! Um bom argumento pode despertar mais do que uma venda, mas a felicidade de alguém que tomou uma boa decisão avaliando todos os impactos positivos que este bem poderá causar na sua vida. Boa leitura!!



SUMÁRIO

- 6** EDITORIAL
- 8** PÁGINAS AZUIS
Diversidade e inclusão: temas mais do que necessários para as empresas imobiliárias
 Denis Caldeira
- 14** ARTIGO
Não desperdice esta crise! Este é o melhor momento para definir PROCESSOS na sua incorporadora, construtora ou imobiliária.
- 16** MERCADO IMOBILIÁRIO REGIONAL
Matérias especiais sobre todas as regiões do Brasil
- 22** MERCADO
Livro Meu Imóvel Meu Mundo, escrito por Marcus Araújo, faz sucesso no mercado imobiliário
- 24** ACONTECE
- 25** TECNOLOGIA
- 26** MERCADO
- 28** TENDÊNCIA
Como usar o Tik Tok para vender e alugar imóveis?
- 29** COLUNA SOCIAL
- 30** BANCA



EXPEDIENTE

EDIÇÃO 11 - ANO 4 - JUNHO 2020

Revista Portal VGV
www.portalvgv.com.br/revista

Editor
 Bruno Lessa

Direção de Arte
 Paulo Carvalho

Assistente de Arte
 Victor Oliveira

Colaboração
 José Bonifácio
 Lays Bento

Revisão
 Bruno Lessa

Planejamento
 Marketing SIM

Anuncie | Espaço Publicitário
contato@portalvgv.com.br

Publicação especial do Portal VGV
 Distribuição dirigida

Nenhuma parte desta publicação
 pode ser reproduzida sem autorização
 prévia do editor.

As informações contidas nos anúncios
 publicitários aqui veiculados são de
 responsabilidade dos anunciantes.



Denis Caldeira

Diretor de pequenas e médias empresas do Facebook na América Latina

DIVERSIDADE E INCLUSÃO: TEMAS MAIS DO QUE NECESSÁRIOS PARA AS EMPRESAS IMOBILIÁRIAS

Para começar, sempre gostamos de conhecer a pessoa por trás do profissional. Quem é Denis Caldeira, de onde veio e como chegou a diretor em uma das maiores empresas de tecnologia do mundo?

Eu vim da periferia de São Paulo, Zona Leste, São Miguel Paulista. Nasci ali e cresci até os meus 3, 4 anos de idade no fundo da casa da minha vó, uma edícula – cozinha, quarto e banheiro, não tinha sala. O quarto não tinha espaço para o meu berço e eu dormia [ainda recém-nascido] entre meu pai e minha mãe.

Tive a sorte de nascer dentro de uma família, no núcleo pai e mãe, com pessoas super amáveis, super adoráveis e que me

deram esse amor, muito carinho e muita educação. Então o foco ali dentro da minha casa era a educação, por mais que os meus pais não tivessem tido uma educação superior, foram até o segundo grau do colegial. Eu fui o primeiro da minha família, o primeiro do braço da minha família a ter uma educação superior. Os meus pais conseguiram e sabiam que era importante para mim e para o meu irmão estudar.

E assim começou. Meu pai ensinou o capitalismo junto com a educação para nós e a cada livro que a gente lesse, a gente ganhava um prêmio em dinheiro, ou, a cada nota bimestral na escola "A", também ganhávamos dinheiro. Era esta forma que tínhamos para ganhar dinheiro. O castigo também vinha da

forma educacional. Se a gente aprontava na rua, tinha que ler livro em um dia!

Meu pai acordava de manhã, me dava um livro – isso em época de férias, quando a gente tinha o dia inteiro – e a noite queria que eu tivesse tido o livro lido e fazia chamada oral.

Meu pai sempre foi um leitor, por mais que ele não tenha tido educação superior e tivesse tido uma vida muito mais difícil que a minha, que ele proporcionou para mim. Ele sempre leu e lê até hoje.

E esta referência que a gente teve e que eu tive. Somado a isso eu sempre fui uma pessoa muito competitiva, que sempre se cobrou muito. Cobrei alta eficiência,

capricho e perfeição nas coisas que eu vivi e que eu me predisponha a fazer. Isto me construiu. Até hoje.

Uma vez eu fui convidado por um professor para dar uma palestra na faculdade de Engenharia Industrial, a FEI, em São Bernardo do Campo, e eu comentei para os alunos que eles deveriam sim brigar pelo meio ponto. Brigar no bom sentido: estudar sempre buscando uma nota máxima, então aquela meia hora antes da prova estudar também é válido. E não é que devemos estudar só nas vésperas, mas também é válido e também faz diferença!

Às vezes é um exercício ali a mais que a gente vai somar meio ponto na prova, então sempre busquei este meio ponto a mais! Em toda relação de execução de trabalho que faço, que desempenho, sempre desempenhei isto e tentei buscar o algo a mais. Sempre tem espaço para o algo a mais. Isto me ajudou obviamente a avançar na minha carreira.

Até trabalhei treze anos na Telefônica para pagar a minha faculdade à noite. Não foi uma vida simples, fácil, tive que trabalhar e ir para a faculdade. Engenharia são seis anos à noite na FEI, nem todas faculdades são assim, mas como a FEI é uma excelente instituição, eles tiveram a carga horária que o pessoal do integral têm (ou seja, 5 anos de Engenharia) e colocaram à noite com todos os seis anos tendo aulas ao sábado de manhã, um comprometimento muito grande.

Eu sempre busquei a nota máxima e isto me ajudou a entrar no Google, porque no Google eles pediam o Histórico Escolar. Então, você tinha que ter uma nota alta na faculdade, além da faculdade já ser selecionada, que era uma média ponderada em matérias com cargas horárias grandes. Isto também me ajudou a entrar no Google, não foi só isto.

Hoje o Google não pede Histórico Escolar e é bom porque ajuda na diversidade e ajuda na composição do quadro de talentos, pois não é só este conhecimento racional, o Quociente de Inteligência Racional, que conta para um bom profissional, né.

Mas, em suma, foi desta forma que cheguei ao Facebook. Por meio de muito trabalho, estudo e não se contentando com a média, com o mediano. Buscando a excelência em tudo e tendo o senso crítico para saber o

que é bom, ótimo, razoável e médio. Tem que ter este senso crítico, o que faz parte da Inteligência Emocional, e saber onde você está situado, qual o seu entorno e saber avaliar você em relação ao seu entorno, em relação aos profissionais que estão ali juntos, trabalhando com você. Nestes mais de 24 anos de experiência profissional eu já gerei muita gente e sei que muita gente não consegue ter esta percepção se está performando bem ou não e isto faz parte de abertura, de autoconhecimento e estar aberto a se conhecer, estar aberto a receber feedback. Então tudo isto faz parte desta jornada, deste caminho que me fez aprender muito, ser um generalista – gosto de temas diversos, me aplico em temas diversos, treinamentos, leituras diversas – e isto me fez passar por diferentes áreas em todos estas mais de duas décadas de carreira.

Quando eu entrei no Google, inclusive, eu entrei porque eu empreendi e no meu empreendimento em 2005, 2006 e 2007 eu anunciava no Google. No começo, já com o Google Adwords, eu aprendi a trabalhar e fazer Marketing Digital daquela época e isso que me levou a até o Google, porque conhecia muito da ferramenta e aprendi sozinho. Então esta busca incessante pelo conhecimento só traz benefícios, só traz recompensas.

Uma de suas grandes bandeiras é a importância da diversidade nas organizações. Na sua visão, enquanto sociedade, o quanto estamos atrasados nesse sentido?

Estamos muito atrasados! Uma criança nasce e ela nasce sem preconceitos. Ela se relaciona com as outras crianças sem olhar cor, religião. Ela aprende tudo isto. Ela aprende dentro do prisma que ela está inserida, existe os pais, famílias, os estímulos que acontecem dentro de casa, os estímulos nos quais ela é exposta dentro de casa, onde os pais convivem. Então a criança aprende a discriminar, ela aprende mesmo que sejam aprendizados não propositais, são subliminares. Um comentário ali, aqui e quando a criança cresce e se forma ali um adolescente, um adulto e, assim, passa a discriminar muitas vezes inconscientemente – que é o viés inconsciente.

Por exemplo, a forma que uma criança do sexo masculino, branca, convivendo

em uma família que tem empregado ou empregada doméstica negro(a), vê o pai ou a mãe dando ordens a eles de uma forma que foge da ética, do respeito. A criança vai absorvendo isto.

Então hoje, nós, como sociedade, estamos tão afastados disso e precisamos ter esta discussão. Primeiro ponto é, se nós estamos tendo essa discussão sobre discriminação, preconceito, racismo, é porque existe! Se não a gente não teria nem como tocar nisto diante de tantos outros assuntos. Tem muita coisa que a gente não discute porque não é um problema, porque não existe. Discutimos aquilo que existe, que nos afeta e faz parte da nossa experiência.

Isto dentro das organizações isto é replicado. E quando falamos de grupo de minoria – estamos falando de minoria de poder e não de quantidade. No Brasil a gente tem 55% ou 56% da população negra – pensamos “quem é que está no poder público, no poder privado de empresas ou políticos, enfim?”. A resposta é que, em sua maioria, são homens caucasianos. A experiência e o prisma destas pessoas que estão no poder não são as mesmas das pessoas negras. Elas não viveram isto.

Eu, por exemplo, mesmo executivo de uma empresa como o Facebook, eu entro em uma loja e às vezes um segurança está acompanhando na porta da loja. Estou dirigindo meu carro e entro na cancela de algum prédio e tem um segurança perguntando se eu sou motorista do meu próprio carro, se sou um motorista contratado. E por que isto?

Eu não acredito, eu nunca vi um homem branco ouvindo essas coisas, né?

Porque existe este preconceito, este racismo estrutural, porque as pessoas crescem dessa forma, ouvindo isto e muitas vezes não tem maldade pois acha normal. E é isto que nós temos que quebrar, não é normal.

Na última semana a gente teve o assassinato do George Floyd nos Estados Unidos em plena luz do dia, por um policial, homem branco. Ele foi filmado por nove minutos pressionando com seu joelho o pescoço desse homem negro e de 46 anos. Enquanto isto, este homem clamava e pedia para aliviar a pressão porque ele não conseguia respirar. E é o que está causando

toda esta revolta nos Estados Unidos durante as últimas semanas, incluindo, lógico, a somatória de um padrão, existe um padrão deste comportamento.

Agora, isto é uma macroagressão, é um assassinato. E a gente não vê isso acontecer com homens brancos. Se macroagressões, como uma morte, um assassinato, acontecem a plena luz do dia em uma mega-cidade, porque não acreditamos que microagressões aconteçam no nosso dia-a-dia?

Estas microagressões que acontecem no dia a dia são: rejeições de emprego, então candidatos e candidatas negras; rejeição de aumento salarial, para profissionais negros; enfim, estas microagressões, como no meu caso, por exemplo, quando o segurança me acompanhou até a porta da loja, ou quando não fui atendido quando entrei em uma loja, isto acontece a todo instante. Muitas vezes nem é percebido, a gente leva para casa sem saber se foi uma agressão, às vezes eu fico na dúvida "será que aconteceu isto mesmo?", "será que teve maldade, ou não teve maldade?", ou "será que eu vi isto mesmo, eu não tô entendendo...".

Então, estas microagressões que acontecem diariamente fazem parte desta nossa sociedade que infelizmente prejudicam todo um ecossistema produtivo, um ecossistema de harmonia entre as pessoas. E o ser humano busca por si só os seus semelhantes, e é por isto que existe polarização. Por isto existe sectarismo, segregação.

Quais os ganhos que o empreendedor pode obter quando ele adota a cultura da diversidade na sua empresa?

É importante a gente salientar aqui o que é diversidade e o que é inclusão. Você pode ter um time diverso, mas não incluso que é o grau de pertencimento para cada pessoa é diferente. Você pode ter um grupo diverso entre gênero, mulheres e homens, mas os homens são os que são ouvidos, são os que são chamados para falar, são os que recebem aumento salarial ou os projetos mais legais e os treinamentos mais legais. E as mulheres são as que não são incluídas. É um time diverso em questão de gênero, mas não é incluso.

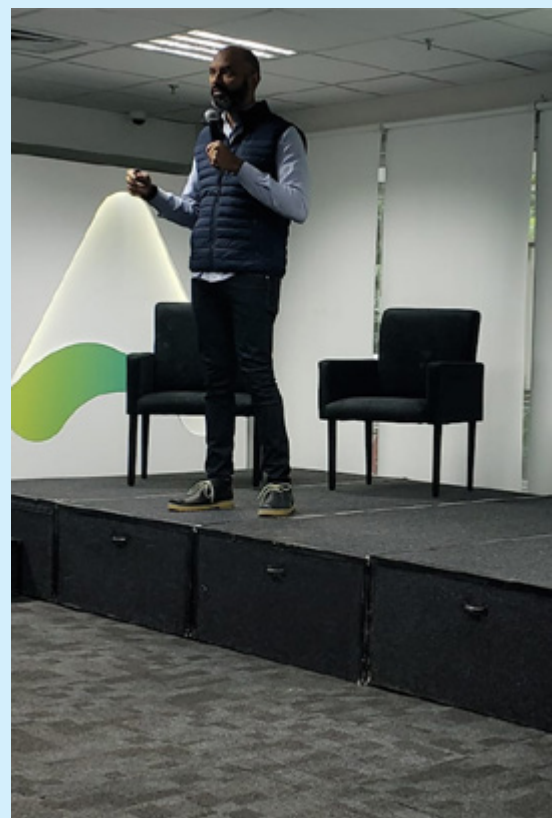
É o que a gente chama de "DNI" - Diversity and Inclusion: o que um time diverso e com

inclusão traz de benefício para a empresa? Gosto de começar pelo resultado financeiro. Grana! Segundo um estudo da McKinsey na sua segunda tiragem, a margem EBITDA das empresas com diversidade em raça, etnia, em comparação com aquelas que não têm diversidade, provou matematicamente uma diferença de lucratividade de mais de 30%.

Por si só isto já poderia fazer eu parar por aqui. O que acontece dentro de um time que é diverso e inclusivo? Bom, as pessoas se sentem bem, se sentem pertencentes, compartilham informação, comentam coisas que estão erradas e se há alguma coisa quebrada. Porque se eu não me sinto pertencido, eu me acuo. Eu tenho receio de comentar, de falar sobre os problemas e aí a empresa não desenvolve, a empresa não cresce e não resolve seus problemas.

Quando você tem um time diverso, as tecnologias, as inovações, os processos eles são inovados com perspectivas diferentes. Neste ramo de inteligência artificial e realidade aumentada, teve uma equipe de engenheiros que estava fazendo uma tecnologia de reconhecimento de face e, como não tinha nenhum negro na equipe deste projeto, o algoritmo simplesmente não identificava simplesmente rostos de pessoas negras. Foi necessário com que uma pessoa negra de outra equipe fazer o teste para ver que não funcionava.

Eu tive um outro exemplo quando eu fui trabalhar pelo Google nos Estados Unidos e eu comandava a equipe que dava suporte a todos os problemas de faturamento, de cobrança dos anunciantes para a América do Norte. Chegando lá me deparei os americanos, que têm uma cultura muito em prol do livre comércio, da troca de mercadorias e em prol do consumidor (compra e troca tranquilamente de um produto com prazo de trinta dias na loja sem burocracia, às vezes até o vendedor sugere levar um produto para teste com a garantia de troca ou dinheiro devolvido na hora). Uma cultura boa, mas favorece quem tem más intenções. Eu, brasileiro e gato escaldado, sei que existem pessoas com más intenções, então eu cheguei lá e implementei análises mais críticas e que eram contra a cultura deles – o Google era muito permissivo com anunciantes que faziam campanhas de Marketing erradas, de modo a reembolsar todo o valor, sem muitos critérios ou análises.



Mas isto teve uma justiça muito maior com relação aos reembolsos, com as práticas, porque evitava a má conduta dos anunciantes. E este é um exemplo de diversidade cultural, regional. Ela ajuda em diferentes formas, mas sempre ajuda.

O mercado imobiliário brasileiro é conhecido por ser bastante tradicional, com pouco espaço aberto para inovação. Você acredita que valorizar a diversidade nas organizações teria o poder de ajudar a quebrar esta barreira e fomentar a inovação no setor, inclusive com novos produtos imobiliários mais inovadores?

Sim, claro que sim! Da mesma forma que a minha resposta anterior atende todos os grupos, todos os segmentos da economia, não é? É você se mostrar aberto para diferentes lentes, diferentes perspectivas. Eu digo que existem 8 bilhões de formas de diversidades diferentes, porque são 8 bilhões de pessoas nesse planeta. Cada um é uma identidade única, cada um se difere do outro ser humano de diferentes formas, sobretudo, na forma de pensar. Ainda que possamos ter um homem com descendência indígena, com a mesma idade, vindo do mesmo lugar, eles podem pensar de forma diferente. São dois seres humanos diferentes. Então, quão maior é a



sua diversidade, maior é o seu prisma de atuação, maior é a abrangência que você pode atuar e receber de insights, de novos pensamentos e novas formas de resolver o mesmo problema. Definitivamente, qualquer setor da economia tem isso quando trabalha a diversidade internamente nos seus funcionários e, com isto, externamente nos seus clientes.

Então, quem que é o seu cliente? Quem que é o cliente do empreendedor? O empreendedor às vezes tem dificuldade de conhecer esse desenho, esse mapeamento.

Embora tenhamos grandes incorporadoras e imobiliárias no Brasil, algumas inclusive de capital aberto, nosso mercado imobiliário é feito, em sua maioria, de pequenos players entre construtoras, imobiliárias e corretores de imóveis autônomos. Você acredita que uma empresa pequena ou um autônomo também pode aplicar esta cultura da diversidade, mesmo tendo poucos colaboradores e/ou recursos?

Lógico que sim, definitivamente! Mesmo dentro de grandes corporações existem times pequenos que são diversos. Assim como existem times grandes que não são diversos.

Então, eu já tive time pequeno diverso e time grande não diverso.

E o time pequeno diverso, cara, ele arreventa! As pessoas se integram mais, colaboram mais, elas se entendem mais e elas são mais empáticas umas com as outras.

Então, sim, times pequenos conseguem sim se beneficiar e devem pensar na diversidade!

É lógico que existem outros obstáculos, principalmente o financeiro. Às vezes é difícil você buscar certas diversidades em função do custo que é. Não é fácil você montar um time diverso porque muitas vezes você não acha profissionais, ora uma diversidade regional, como um time só de paulistas. Seria interessante você ter uma pessoa de outra região, do Nordeste, por exemplo, para compor seu time e trazer novas perspectivas.

Enfim, um time pequeno se beneficia sim, mas não deveria ser um grande obstáculo senão pelo custo que é o custo para este time. O tempo também é um fator. Às vezes você demora mais para buscar uma mulher engenheira na construção civil, sendo que às vezes tem muito mais homens engenheiros e muito mais homens na Engenharia Civil com relação a demais engenharias, como Engenharia de Produção ou Engenharia Química, não é?

Então acaba sendo custoso, porque tempo é dinheiro e você demorar para você trazer um profissional onde a área é mais escassa, custa dinheiro. Então tem que ter isso em mente, mas por vezes eu já demorei bastante para trazer pessoas para o meu time e que valeu a pena. Segura a onda, segura a bronca e divide as atribuições entre mais de uma pessoa, e portanto, contrate a pessoa certa.

Trazer e montar um time diverso não quer dizer que você vai abaixar a barra, a performance, mas demora um pouco mais de tempo. E é lógico que existem alguns parâmetros, algumas atribuições e skills que você pode fazer vista grossa – às vezes o inglês não precisa ser um inglês fluente, pode ser um inglês intermediário e com isto você abre um leque de profissionais que de repente pode te trazer outros benefícios.

Para você que trabalha em uma multinacional, mas dedica seu dia a dia a

pequenos empreendedores, de que forma a tecnologia pode ajudar na adoção desta prática?

A tecnologia tem ajudado muito e de diversas formas, acho que a gente se acostuma tão rapidamente com a tecnologia. Mas, se você for pensar a princípio o processo de contratação, é difícil a gente contratar alguém ou tocar um processo inteiro de contratação sem a tecnologia, não é?

A gente começa pelas redes sociais, onde a gente encontra o perfil profissional das pessoas, o LinkedIn da vida. Ali a gente conhece um pouco mais das pessoas e isto é o uso da tecnologia para encontrar uma forma de escalar muito mais rápida os profissionais.

Uma vez que a gente tem este 'pipeline' de profissionais, a tecnologia no processo de contratação e de avaliação destes profissionais atua de diversas formas. Inclusive, neste período de quarentena do coronavírus, o processo em utilizar das videoconferências, utilização do 'networking' para você conhecer um pouco melhor estes profissionais que está buscando. O próprio Facebook tem a ferramenta Jobs que é disponibilizada principalmente para o pequeno postar suas posições de trabalho de forma gratuita. As ferramentas de mensagem, como o WhatsApp e o Messenger, são fortemente utilizadas para engajamento das conversas.

A tecnologia realmente está aqui para ajudar a gente dentro deste processo de diversificação.

Falando agora sobre o mercado consumidor, já é possível ver um pouco mais de representatividade nos materiais publicitários quando falamos em venda de imóveis, bem mais do que era no passado. Na sua visão, a maneira como as minorias são abordadas em anúncios publicitários é correta?

Nem sempre, e na maioria das vezes não é. Isto se deve porque a minoria ela não participa do processo decisório. Então muitas agências de marketing estão melhorando seu processo de criação porque passam a incluir profissionais dessas minorias dentro da criação do material.

Já vi muitas empresas grandes darem cabeçada e terem que tirar muitas vezes material do ar, pois mandou mensagem a errada. Ou a mensagem nem é errada, mas a gente não se conecta, acaba sendo rasa e a gente percebe que esta criação pela audiência.

Toda empresa tem que conhecer profundamente sua audiência e com quem se quer conectar. Neste período da Covid-19 eu vi uma grande instituição lançando uma propaganda em prol dos pequenos empreendedores, mas ela não se conectou comigo – eu que já fui um grande empreendedor e convivo há muitos anos atendendo os pequenos empresários, pequenas empresas. No Brasil, a grande maioria dos empreendedores são negros! Isto devido à taxa de desemprego ser mais alta, logo o negro tem que buscar empreender por si. E era uma propaganda com tudo muito arrumadinho, muito certinho, os estabelecimentos tinham estoques todos arrumadinhos, sem sujeira ou bagunça alguma. As camisas eram engomadas, paletós alinhavados e isto não conecta com o pequeno! Sem suor, e o pequeno sua! Um comercial muito 'clean' e que não conectava com a sua audiência.

Uma outra questão é: eu vejo hoje muitas vitrines com negros estampados como modelos, mas, quando eu olho para dentro da loja, não vejo nenhum negro trabalhando. Aí quebrou! A sua linguagem e narrativa quebrou. Afinal, a propaganda é para gringo ver. Foi desta forma que fui tocado ali naquele momento.

Quando falamos em executivos de grandes empresas, você representa uma exceção do estereótipo padrão. Negro, de origem pobre, mas que conseguiu ter uma educação de primeira linha e chegar a uma posição muito cobiçada. Sua trajetória mostra o quanto precisou superar para chegar onde está. Para finalizar, que conselho você daria para alguém que integra uma minoria (seja por raça, gênero, condições socioeconômicas, etc) e tem o sonho de exercer uma função relevante na sociedade, mas não consegue enxergar que isso seja possível?

As minorias, por ter essa ausência de poder e influência na sociedade, criam em algum nível a Síndrome do Impostor que o "eu não pertencço a este lugar maravilhoso, este sonho, este prédio

espelhado e escritório lindo dentro de um bairro rico e predominante branco" – como o Itaim, por exemplo.

A ausência ou a baixa autoestima levam muitas pessoas a se contentar com menos. Então, é muito difícil você sair de um estado desse em que muitas vezes dentro de casa seus parentes dizem que você não precisa estudar, que você vai ser um segurança ou que você vai ser uma empregada doméstica.

É muito difícil você sair desta posição onde só existem forças contrárias e subir, galgar posições, chegar em um lugar de destaque.

Então, o que sempre recomendo é buscar um mentor, alguém que possa te instruir, alguém que possa elevar a sua autoestima e te colocar em um lugar onde você consiga exercer todo o seu potencial. Porque eu acredito que todo ser humano tem o potencial de conseguir e alcançar os seus objetivos, todo e qualquer ser humano!

O que acontece é que nossa mente nos conduz em função daquilo que somos condicionados. Então se existe alguém elevado a sua autoestima, assim como o meu pai sempre fez e dizendo a mim que eu era capaz, podia ser diretor de uma multinacional e podia ganhar dinheiro, isso ficou enraizado em mim e eu nunca desacreditei. Isso para mim era feito, estava enraizado em mim no estado intrínseco do meu ser.

Sei que sou capaz de muitas realizações e isto foi implantado em mim. E o ser humano, da mesma forma que eu coloquei anteriormente de uma criança que é moldada para discriminar ou para aceitar o próximo, ela também é moldada para se aceitar, conquistar novos espaços e saber que é capaz de ir além.

Então o mentor tem este papel. Lógico que depois de uma fase adulta, se a pessoa sempre ouviu o contrário, como afirmações que as colocava para baixo, é difícil o mentor reverter isso da noite para o dia.

Só uma coisa: é claro que não depende do outro apenas, depende de cada um, né? Na verdade, você é o dono da sua carreira, você é o dono da sua jornada e isso quer dizer que você tem que buscar – conhecimentos, estudar sempre.



Vim de um bairro pobre e sai da Zona Leste, depois passei bastante tempo em um bairro de classe média-baixa, vulgo Pombal, que é um conjunto habitacional em São Bernardo do Campo. Todos os meus amigos, tirando uns três (ou menos que isto), eles têm uma vida difícil de desemprego. Buscam emprego, um teve que vender o carro e nem Uber mais está fazendo. Nenhum destes que brinquei na rua junto, eu via este comprometimento e não vejo até hoje em ler e tudo mais. Eu vejo no nosso país o quanto é difícil para muita gente no esta cultura da leitura, da educação. Às vezes as pessoas buscam o caminho mais fácil, o atalho. E não existe atalho! A vida é um grande fundo de juros compostos – o juro composto do mês ali, que acrescenta cada vez um pouquinho mais.

Você colherá estes frutos no longo prazo e não no curto prazo. É um tijolo em cima de outro tijolo para construir uma casa, para construir um castelo que não se constrói da noite para o dia. Então se você quer bastante benefício, quer bastante dinheiro lá na frente você tem que trabalhar todo dia, você tem que estudar, você tem que ler e o longo prazo vai te beneficiar, não o curto prazo. O curto prazo é só para algumas pessoas, o que a gente chama de 'outliers', às vezes muito em função de sorte, mas não é o normal. O normal é: aquele que tem esforço, aquele que estuda, aquele que é aberto a aprender, aberto a ouvir, aquele que entrega de volta, que doa, que fornece e que dá, o mundo retorna de volta. O universo volta para essa pessoa.

Um círculo virtuoso muito importante, você entregar devolver e fornecer algo de volta sem querer algo em troca. Isto envolve muito mais e é uma lei que carrego comigo.

Quer aumentar o seu VGV em até 30%?

Conheça o PERSONALAR,
sistema de personalização
de imóveis na planta, e dê um
upgrade em seus negócios.

 sistema de personalização

 diferencial de vendas

 sem investimento inicial

 reduz chamadas no sac

 relatórios e total controle

Acesse, simule e cadastre-se agora mesmo em:

www.PERSONALAR.com.br/construtoras

 PERSONALAR



*** Bruno Lessa**

é publicitário com pós-graduação em gestão de marketing pela USP. Possui mais de 15 anos de experiência com estratégias de marketing imobiliário para construtoras, incorporadoras e imobiliárias em todo o Brasil. É fundador do Portal VGV e CEO da agência Marketing SIM, tendo respondido por mais de R\$ 5 bilhões em campanhas de lançamento imobiliário. Bruno Lessa é também autor da trilogia de livros Marketing Imobiliário, Marketing de Relacionamento no Setor Imobiliário e A Jornada de Compra do Imóvel, além de palestrante e investidor.

Não desperdice esta crise! Este é o melhor momento para definir **PROCESSOS** na sua incorporadora, construtora ou imobiliária.

Se tem um setor que é resiliente, este setor é o imobiliário. Entra crise, sai crise, e o imóvel segue firme e forte como opção segura de investimento abrigando famílias, protegendo patrimônios, remunerando investidores, gerando empregos em uma gigantesca cadeia produtiva, dentre inúmeras outras ações.

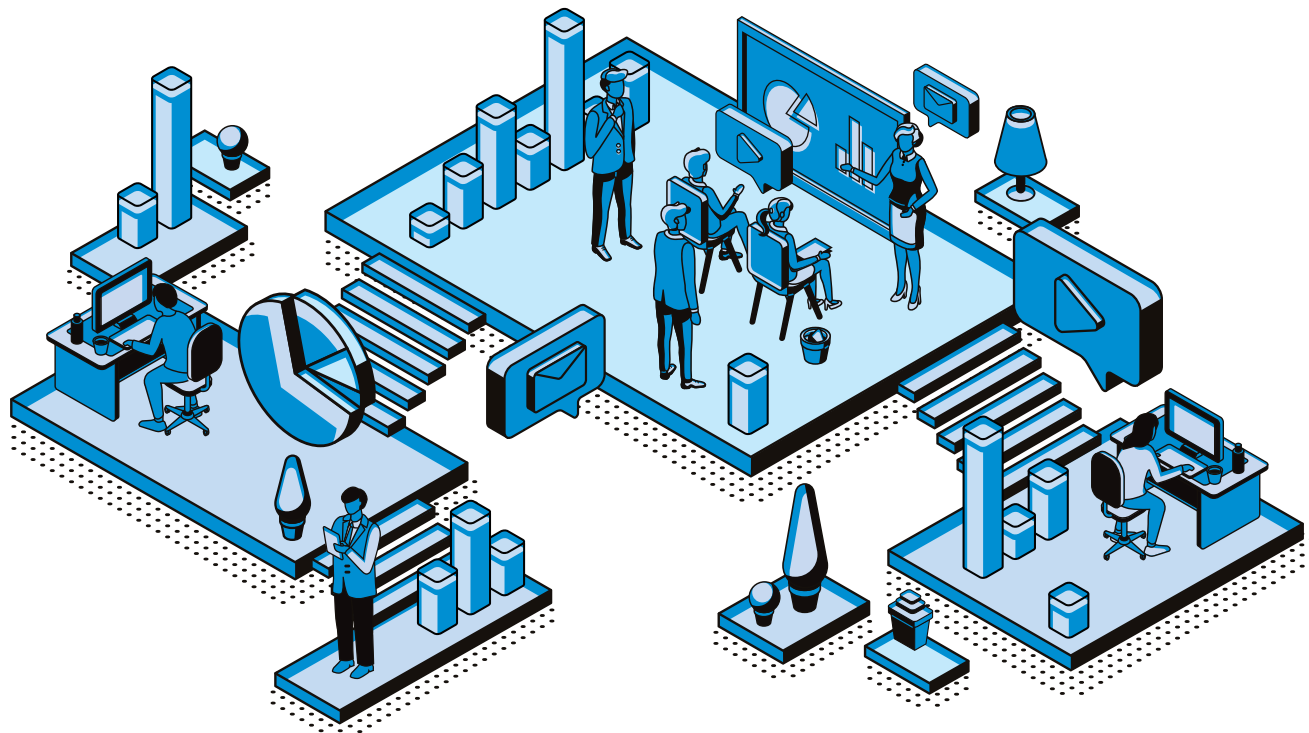
Ao longo de mais de uma década trabalhando neste setor, tive a oportunidade de passar por algumas crises bem severas, como a do subprime americano, em 2008, que acabou desencadeando uma extensa crise econômica global; o impeachment de Dilma Rousseff, em 2016, que mergulhou o Brasil em uma grave crise interna e desencadeou diversas outras crises, como a dos distritos; o famigerado "Joesley Day", em 2017, que abalou as estruturas do país em um momento que uma importante agenda reformista estava em curso e, mais uma vez, desencadeou outras crises internas.

Depois de muito apanhar – e de se levantar –, o mercado imobiliário estava

vivendo recentemente um dos seus ciclos de prosperidade e tranquilidade. Demanda e oferta bem equilibradas, lançamentos performando bem, segurança jurídica, taxa de juros no menor patamar da história, crédito abundante.... Até que... bum! Outra bomba explode de forma totalmente inesperada: a pandemia de coronavírus!

É claro que tudo isso assusta, mas uma coisa eu te garanto: se você perguntar a qualquer empresário que tem história no setor, ele vai te dizer: isso vai passar e aprenderemos lições que serão válidas para o próximo ciclo imobiliário! Cada um tira um aprendizado dos momentos de crise e comigo não seria diferente. Por este motivo, gostaria de compartilhar com você o que eu aprendi em todo o meu histórico de crises do setor.

Se você é EMPRESÁRIO ou AUTÔNOMO, eu vou te dar uma sugestão: APROVEITE o momento atual para cuidar das pessoas e, principalmente, instituir PROCESSOS na sua empresa. Isso vai te dar uma vantagem competitiva gigantesca quando tudo isso passar (porque vai passar!).



Na minha casa gostamos muito de um ditado que diz: “a melhor hora de consertar o telhado é quando não está chovendo”. Por este motivo, o momento atual é extremamente propício para trabalhar pontos que dificilmente seriam possíveis quando os atendimentos estão a todo vapor. Eu falo, principalmente, dos **PROCESSOS** e **PROCEDIMENTOS!** Processos de atendimento, processos de vendas, processos de pós-vendas... o que não falta são áreas passíveis de melhoria nas incorporadoras, construtoras e imobiliárias do Brasil.

O mercado imobiliário brasileiro aprendeu muito a fazer obras com qualidade, sustentabilidade e inovação. No entanto, ainda peca na falta de controle do intangível. Faltam processos de atendimento, marketing e vendas de uma forma geral. Não há padrões. Não há controle. Temos poderosas ferramentas como os CRM's, mas ainda não aprendemos a criar réguas de relacionamento eficazes para justificar o seu uso. Cada profissional atende da maneira que achar pertinente, sem o devido controle. Já dizia o guru da

administração moderna, Peter Drucker: “o que você não pode medir, você não pode gerenciar”. Ou seja, mais uma vez está evidenciada a importância dos processos.

Pense numa indústria de bebidas. Como uma cerveja é produzida? Existem processos claros, ingredientes específicos, a ordem certa para cada item entrar em cena. Você consegue ter um acompanhamento de todo o processo e, assim, garantir a qualidade do produto de modo que haja excelência na cerveja produzida tanto na fábrica de Goiás quanto na fábrica de Porto Alegre, que sai com o mesmo sabor. Se algo sai errado, você consegue saber exatamente onde houve a falha.

Agora pense na sua empresa. Quais são as etapas que um cliente percorre desde o momento que este lead entra para atendimento? Quantas vezes determinadas você fala com este cliente? Quais os temas e argumentos que são apresentados a este cliente? Com que frequência? O que você faz quando ele fala não para alguma das suas perguntas? Você tem esta jornada

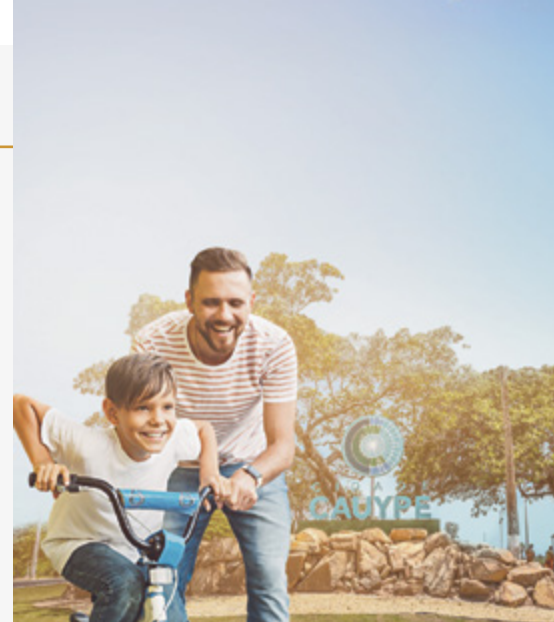
mapeada de forma que consegue **MEDIR** e **GERENCIAR**? Se você não tem, bem-vindo ao clube de 90% das empresas imobiliárias brasileiras! Mas nem tudo está perdido, você pode (e deve) começar agora a definir os seus processos.

Portanto, meu amigo, fica a reflexão: não desperdice esta crise! Aproveite o momento atual para organizar a sua casa e se fortalecer para o próximo ciclo imobiliário. Tenho feito consultorias para implementação de processos de atendimento, marketing e vendas em empresas por todo o Brasil e os resultados são notórios. É um ganho que vai te ajudar a ficar cada vez mais forte e conquistar uma vantagem competitiva que será difícil de te tirarem lá na frente.

Defina os seus processos e tenha mais previsibilidade do sucesso. Grande abraço.

Características e necessidades de uma cidade planejada do futuro

Cidade Cauype, a primeira cidade planejada no Ceará, já está em construção e conta com a assinatura de Jaime Lerner, um dos mais importantes urbanistas do país



O projeto de 437 hectares suporta uma capacidade média de 32 mil de pessoas, estando quantidade de residenciais e obras comerciais equilibradas em 12 km de ciclovia, área de lazer pública, arborização, espaços para universidades, creches, shoppings, farmácias, postos e muito mais.

A ideia também é possibilitar lotes acessíveis aos mais variados padrões, sem requerer uma arquitetura especificamente determinada – desde MCMV a alto padrão, onde a área nobre disporá de proximidade ao lago que inspira o nome da cidade, Cauype.

"Toda cidade pode ser uma smart city com a implantação de tecnologias. A cidade planejada é mais importante que smart city, porque sem cidades planejadas não há smart cities". É o que acredita Luciano Cavalcante ao evidenciar a importância do "ser" e não só do "denominar".

Luciano é CEO da imobiliária homônima, responsável pela nova cidade, engenheiro civil por formação e detentor de CRECI desde os anos 70.



foto: www.ceara.gov.br

PERCURSOS DE EXPORTAÇÕES DO PECÉM

5h	São Paulo
6h	Miami/Panamá
8h	Amsterdam

1995 - ano de criação do portuário e compra do terreno Cidade Cauype

As obras começaram em 2017 e a primeira etapa já foi entregue no começo deste ano com o VGV de R\$ 128 milhões, o que totaliza R\$ 600 milhões com as outras quatro etapas restantes. Entretanto, como é de praxe, construções, quiçá cidades planejadas só saem do papel diante da cooperação de vários setores. E este é um dos motivos para que a estimativa da finalização de Cauype seja incerta. "Neste caminho tudo depende muito da economia, da política do país que é um celeiro, é um continente. Uma cidade planejada é essencial, nestes tempos de pandemia isto ficou ainda mais evidente", finaliza Luciano.



Luciano Cavalcante



Foto: www.saobento.com.br

Dourados, MS: uma cidade pequena no tamanho e gigante no potencial

Uma reflexão e as vivências do mercado de Dourados, MS

Uma cidade pequena, porém um local que diz muito sobre qualidade de vida. Com cerca de 200 mil habitantes, a cidade de Dourados, no Mato Grosso do Sul, só perde em habitantes para a capital do Estado, Campo Grande, com mais de 780 mil. Por aqui, ainda se respira ares puros com uma arborização de 96,7% conforme dados do IBGE. Contudo, Dourados não deixa de ser um importante pólo regional de serviços e agropecuária.

Dentre os atributos da cidade próspera, está uma configuração urbana diferente de outros centros urbanos: a baixa verticalização. "O estado tem uma área grande, mas uma densidade populacional menor. Isto permite que os imóveis em torno da cidade, que geralmente são de lavouras, do agronegócio, sejam imóveis mais baratos dos que nos grandes centros, permitindo preços de loteamentos acessíveis comparado com outros centros e capitais brasileiras", relata o sócio-proprietário da São Bento Incorporadora, Vitor Sales.

Verticalização

Razões para uma verticalização tímida também estão atribuídas às preferências do cliente. "A população sul mato grossense é muito acostumada a viver em casa, as pessoas querem morar em casa. Aqui é muito interessante que quando as pessoas estão em apartamento é provisório e por alguns anos. O objetivo final é sempre a casa, muito raro achar alguém para apartamento", diz Sales.

Outra característica da região é a valorização homogênea. Devido à presença de comércio e estabelecimentos nas quatro áreas centrais da cidade, não há tamanha discrepância quando o aspecto é o potencial e valor das diferentes áreas.

**LOGÍSTICA E QUALIDADE DOS
LOTEAMENTOS SÃO OS ATRIBUTOS
MAIS REQUISITADOS NOS
LOTEAMENTOS.**

Impacto da pandemia nos negócios

"Quais hábitos sociais vão ficar do coronavírus? Lá atrás, as pessoas faziam compras [no supermercado] para o mês devido à inflação descontrolada. Muitos ainda têm este hábito. Será que depois disto [Covid-19] as pessoas são sociáveis?", reflete ele quanto ao detrimento de metros quadrados nos residenciais e comerciais a áreas de lazer.

Para Vitor, algumas marcas ficarão, ainda que inconscientes, nos hábitos de consumo de imóveis e terrenos. O movimento de redução ao extremo e o espaço necessário para viver com qualidade, segundo ele, devem seguir as opiniões centrais do cliente.

E, ao que tudo indica, os loteamentos na área tenderão em alta devido à aderência justamente do público. "Aqui o movimento não será tão brusco como em São Paulo, por exemplo, aqui as pessoas ainda valorizam muito os espaços de quintais, os loteamentos".

Os impactos da imigração no padrão construtivo do Sul brasileiro

A identidade da região foi impactada principalmente por alemães, a partir de 1824, e italianos, a partir de 1875, se estendendo até metade do século XX

De fato, a fuga das técnicas de arquitetura portuguesa oportunizou novas paisagens. “Apesar da destruição de muitos exemplares dos patrimônios construídos pelos imigrantes nas áreas urbanas é possível observar o legado que ofereceram”, comenta o professor de arquitetura da PUCRS Maturino Luz em relação aos impactos construtivos propiciados pelas imigrações de alemães e italianos no Sul do Brasil, local que, no período, era considerado uma terra relativamente nova e próspera.

“A Arquitetura representa o grau de desenvolvimento de uma sociedade. As sociedades evoluem em um ponto de vista social, cultural e econômico. Suas técnicas avançam e, desta forma, a Arquitetura se transforma”

relata o professor quanto aos contrastes sobre o ponto de vista socioeconômico.

Técnica enxaimel alemã e a criatividade italiana

O contexto inicialmente era rural e consistia em arcabouços de madeira cujo os encaixes eram reforçados por tarugos (uma substituição aos pregos) e já os vazados, ou seja, os demais espaços sem janelas ou portas, eram preenchidos por paredes de pedra ou tijolos. Algo inusitado tanto para o estilo português que predominava no Brasil, como para as próprias padronagens da Alemanha. A verdade é que os imigrantes alemães mixaram ambas convenções: com as experiências

e conhecimentos de sua terra natal, adaptaram as novas construções com os materiais disponíveis em solo brasileiro.



Depois da Guerra dos Farrapos, entre 1835 e 1845, o grau de qualidade das construções também melhora. O uso de argamassa de cal e areia transformou a arquitetura gaúcha daquele período. Ao mesmo tempo, a chegada de profissionais de origem germânica e mais tarde de procedência italiana contribuiu decisivamente para o avanço das linguagens arquitetônicas como o Neoclassicismo, o Revivalismo, o Gótico e dos demais estilos históricos como o Românico, o Renascentista, o Barroco e o Ecletismo nas cidades do Sul.

“Já os italianos acharam um cenário diferente de Vêneto, onde vieram em sua boa parte, e deram vez a criatividade com a madeira, material que não era comum na região de origem mas era um fruto da abundância de pinheirais no novo destino”, comenta Maturino.

Obras públicas, imóveis preservados e o contexto atual

“Este mercado foi assim dominado por estes imigrantes que vieram da Europa cada vez mais qualificados, alguns deles logo após a Primeira Guerra Mundial com diplomas de nível superior”, diz ao citar as brilhantes gerações futuras com casos como o arquiteto de origem austríaca Egon Weindorfer e o espanhol Fernando Corona, um dos autores do já modernista Palácio da Justiça.

Apesar disto, Maturino afirma serem obras isoladas. “Depois da Segunda Guerra Mundial pode se contar nos dedos imigrantes colaborarem no estado, no Brasil”, diz.

Hoje, diferente do cenário de imigração europeia em especial após as Guerras Mundiais, segundo dados do Relatório Anual do Observatório das Migrações Internacionais de 2019, as principais nacionalidades imigratórias no Brasil vêm do Haiti, Bolívia e Venezuela, totalizando 700 mil imigrantes entre 2010 e 2018. Fator este que, segundo Maturino, não necessariamente impactará a arquitetura popular no país nesta geração.

Contudo, ainda no âmbito de mudanças arquitetônicas sob o contexto atual, na visão do docente, a pandemia do novo coronavírus pode e deve mudar o urbanismo e esta tem sido uma pauta que tem ultrapassado as portas das faculdades gaúchas.

Como uma campanha imobiliária palmense emergiu no movimento “Fique em Casa”

Por meio de vídeos divulgados no canal do Youtube e no site da imobiliária, a empresa provou que o mercado imobiliário cada vez mais se moderniza como meio de prezar pelo bem-estar social



Há um abismo gigantesco entre “submergir” e “emergir”. Diferente de se condicionar com as limitações do cenário atual, a imobiliária Casa63, localizada em Palmas, capital do Tocantins, decidiu avançar a nados largos.

Ao final do mês de março, quando o país começava a entrar em processos que visavam o isolamento social para contenção da pandemia de Covid-19, muitas pessoas estavam perdidas em busca de informação relevante e confiável. Em meio a este cenário, a Imobiliária Casa 63 resolveu inovar e inaugurou a campanha “FicaEmCasa63”, iniciando com um hotsite que entrou no ar com conteúdos de utilidade e acesso público. Receitas e dicas culinárias, exercícios físicos e até a recomendação de serviços do comércio locais e farmácias delivery formam atualmente o conteúdo do site, que, segundo o co-fundador João Pimenta, visam informar e trazer utilidade às pessoas.

“A gente tem recebido diversas mensagens, diversas ligações agradecendo o que temos feito em prol da comunidade”, comenta o profissional.

Ainda, como modo de reforçar a ideia, outdoors foram estrategicamente posicionados na cidade e causaram o impacto que almejavam causar: o de destacar bem mais que a marca, mas as suas ações e a prova dos seus valores. Por fim, como parte da ação, a imobiliária utilizou da força de seu exército de corretores para espalhar a mensagem diante da população.

“Esta não foi uma mera ação de marketing. Nós somos de Palmas, queremos ver nossa cidade bem. Esta campanha foi um ato de humanidade e colaboração para que toda a população esteja protegida”, finalizou o empresário.

Embora não tenha sido criada com o objetivo de gerar vendas, a iniciativa repercutiu em novos negócios. A quantidade de acessos ao site da empresa aumentou em 30% durante o início da campanha, assim como a geração de leads, e fez crescer o número de vendas e locações. Isso prova que fazer o bem faz bem, tanto para as pessoas quanto para os negócios.

**SE VOCÊ ESTÁ EM
UMA CASA CONFORTÁVEL
DURANTE A QUARENTENA,
AGRADEÇA AO SEU
CORRETOR DE IMÓVEIS.
Se não está, procure um!**



Confira mais
detalhes com este
vídeo exclusivo
produzido pelo
Portal VGV



Exclusividade imobiliária: a garantia de transações imobiliárias bem feitas

Profissionais do Sudeste do país desmistificam o tema e apresentam seus desafios e vantagens

Um profissional em mil ou um profissional por mil? Ambos! A versatilidade de um corretor centrado na exclusividade imobiliária é alta - com análise de mercado, entendimento da região do imóvel, sua tipologia, precificação, parcerias envolvidas e tudo que há direito. E é este mesmo indivíduo que obtém a potencialidade de fechar negócios tão concretos e assertivos.

Afinal, seria coerente a ideia de que quanto mais corretores anunciando um imóvel, maior e melhor a chance de venda?

"Na minha opinião, exclusividade imobiliária é a melhor forma de trabalho que o corretor pode aderir e a melhor forma que o cliente pode aceitar"

afirma Vinicius Capella, Broker da RE/MAX Complete, imobiliária atuante na Zona Oeste de São Paulo. Vinicius aponta dentre as principais vantagens os fatores: tempo, dinheiro e esforço por parte do corretor que receberá sua comissão integralmente. Contudo, os impactos são amplos e atingem ainda a cadeia completa do mercado!

Corretor de imóveis

clientes fidelizados e exploração de mais recursos de marketing desses imóveis;

Proprietário

a exclusividade e a certeza de um profissional totalmente focado no objetivo preterido;

Comprador

segurança, valor bem precificado, documentação devidamente checada e condições idôneas;

Porém, para a efetivação desta exclusividade há a necessidade da conscientização dos corretores. O que, para Vinicius, requer indispensavelmente a qualificação profissional, levando a um **entendimento profundo das propostas e processos disponíveis ao negócio**.

Outra barreira que exige jogo de cintura do profissional e deve ser encarada sobre a ótica da transparência, segundo Diana Hattum, CEO da Dicastanha Fotografia, é a falta de confiança no agente imobiliário por parte do proprietário. Isto sem falar na frustração por vezes enfrentada pelos corretores:

"O corretor que trabalha exclusividade pode eventualmente reclamar que está difícil de vender, ou algo assim, mas é preciso entender que ele tem na mão dele um imóvel e basicamente o empenho em relação a tudo que estiver relacionado ao imóvel determinará o sucesso dele. Então desde o atendimento até o final da transação imobiliária, é legal que todo o processo esteja muito claro para o corretor e para o cliente".

Boas e estratégicas ações de divulgação.

Fotos profissionais que comuniquem o produto de forma dinâmica e clara.

Linguagem adequadas aos proprietários e compradores nas redes sociais.

Recomenda-se a gravação de tour 360º e vídeos do imóvel.

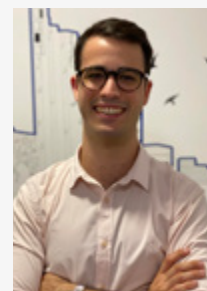
Um processo claro e que está, sobretudo, diante da utilização máxima de recursos possíveis - o que talvez seja a chave para oportunizar e viabilizar negócios no âmbito de exclusividade imobiliária. Pois, como diria Diana, **"quanto mais recursos houver de divulgação do imóvel, maior êxito e mais rapidez na transação são alcançados"**.

Por fim, um argumento ainda mais poderoso para o corretor de imóveis que deseja captar imóveis de forma exclusiva é ter uma boa rede de parcerias. Atualmente, com todas as possibilidades trazidas por plataformas como o aplicativo Homer, é possível que o corretor estenda a exposição do produto para milhares de corretores espalhados pelo Brasil, dinamizando a exposição do imóvel e com a segurança de que não perderá a sua parte da comissão em caso de venda efetuada por parceiros.

Pelo visto, não falta nada para fazer a exclusividade imobiliária virar realidade no Brasil. Apenas empenho e conscientização de todos os envolvidos no processo.



Diana Hattum
CEO & Founder
Dicastanha Fotografia



Vinicius Capella
Broker da
RE/MAX Complete

soluções



Descubra alternativas inovadoras de baixo custo e alto impacto para os seus empreendimentos



Inbound Marketing




Criação de sites para incorporadoras



Marketing Digital



Campanhas para empreendimentos

www.marketingsim.com.br +55 [11] 2924-5575
in f  /marketingsim contato@marketingsim.com.br



marketing | SIM

Soluções integradas de marketing

Livro Meu Imóvel Meu Mundo, escrito por Marcus Araújo, faz sucesso no mercado imobiliário

Das primeiras moradias à casa do futuro: novo livro de Marcus Araújo é a obra mais completa sobre o imóvel já produzida no Brasil

“O imóvel é a necessidade mais ancestral do ser humano”. A partir desta afirmação, Marcus Araújo retratou a história do imóvel, seu passado, presente e futuro – assim como nossa relação com ele – no livro *Meu Imóvel, Meu Mundo*.

Não poderia haver alguém melhor para esta missão. Considerado o “Mago do Imobiliário”, Marcus Araújo é estatístico com mais de 25 anos de experiência em estudos do mercado imobiliário. Ao longo deste período, conduziu pesquisas para centenas de incorporadoras, construtoras e loteadoras do Brasil, contabilizando mais de R\$ 600 bilhões em VGV de lançamentos imobiliários nascidos com base nos dados

produzidos por sua equipe. Ninguém entende mais de demanda imobiliária no Brasil do que o Mago.

Não é a toa que o livro conta com apresentação de Augusto Cury, um dos autores mais renomados e publicados do Brasil, além de prefácio escrito por Alexandre Frankel, CEO da Vitacon e da Housi, e depoimentos de grandes personalidades do mercado imobiliário brasileiro, como Romeu Chap Chap, decano do setor, e Bruno Lessa, autor da trilogia de livros sobre o mercado imobiliário e fundador do Portal VGV.

Ao todo, são 248 páginas segmentadas em 10 capítulos que apresentam cronologicamente os fatos desde 70 mil a.C ao século XXI.

Com desfecho enredado no gênero ficcional, o autor prevê a sociedade futurística do ano 3.094 d.C e um curioso empreendimento imobiliário.

Entre os assuntos abordados, a leitura é imprescindível para manter-se atualizado em relação às tendências imobiliárias: compacto, nano e imóveis minimalistas entram na lista. Outro ponto alto é a abordagem dos 7 novos públicos do mercado. As atuais e as futuras demandas e ofertas do setor também são expostas.

“Este não é só um livro. É o manual prático para quem quer ser relevante no mercado mais importante do país: o imobiliário”, pontua Bruno Lessa.



A obra já está disponível para venda na Banca VGV, Adquira já o seu exemplar:



grupo **ZAP**

Número 1 na
América Latina
entre os sites de
busca de imóveis

O poder de

 VivaReal +  zap

www.grupozap.com

Medidas de proteção à construção civil durante a pandemia anunciadas pelo Governo repercutem positivamente no mercado imobiliário

Através da Caixa Econômica Federal, R\$43 Bilhões serão destinados à proteção e ao fomento das carteiras de crédito imobiliário

Através das redes sociais da Caixa Econômica Federal, o Governo Federal anunciou neste mês de Abril uma série de medidas para proteção e incentivo ao setor imobiliário, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas. As novas mudanças passaram a valer no dia 13 de Abril. Tais medidas repercutiram positivamente no setor imobiliário. Confira os principais destaques que já estão gerando uma movimentação, segundo apurado pelo Portal VGV:

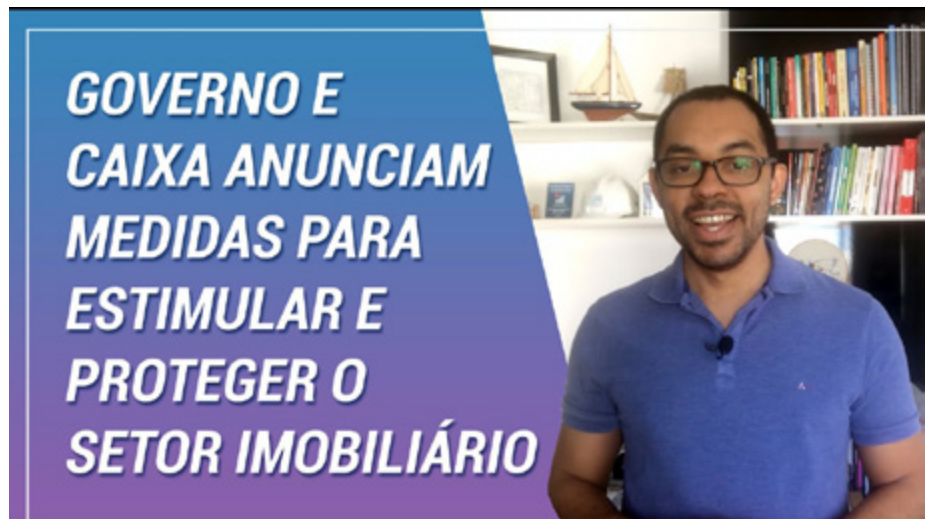
R\$ 43 bilhões em novas linhas de crédito imobiliário

"Teremos R\$ 43 bilhões em novas linhas de crédito (...) Este é um compromisso da Caixa Econômica Federal", declarou Pedro Guimarães, presidente da Caixa.

Com esta nova medida, a Caixa prevê que 530 mil unidades habitacionais serão construídas. "Se a crise fica mais forte, estudaremos e poderemos ampliar mais linhas", pontuou.

6 meses de carência para novos contratos habitacionais de imóveis novos

"É algo único estes seis meses de carência. Você compra imóvel hoje e só fará o pagamento daqui a 7 meses", evidenciou Guimarães.



Com esta postergação de 6 meses, mais de 1 milhão de famílias poderão ser beneficiadas. Ao longo da coletiva à imprensa, o Vice-Presidente da Habitação, Jair Luis Mahl, esclareceu que neste âmbito de novos empreendimentos, tanto pessoas físicas (clientes), como jurídicas (construtoras) seriam beneficiadas.

Pausas de pagamento podem ser solicitadas

É o que afirma o vice-presidente de Habitação da Caixa, Jair Mahl. O mesmo aproveitou para reforçar que o pagamento parcial dos financiamentos devem ser solicitados somente via SAC do banco.

Em relação a contratos inadimplentes, as medidas também podem ser concedidas em determinados casos

com até 2 parcelas em atraso, por exemplo. Todos os casos devem ser avaliados antes da concessão. Este público será contatado ou deverão procurar as redes a distância (como SAC) para pausar as parcelas.

Segundo o presidente da Caixa, as medidas visam reassegurar 1,2 milhão de cidadãos brasileiros em seus empregos. "Ninguém está feliz, mas é importante reagir a este momento. Queremos o equilíbrio entre as questões sociais e de saúde", reforçou Guimarães que reiterou a importância de atendimentos virtuais, como SAC e aplicativo.

Confira todas as medidas com este vídeo exclusivo produzido pelo Portal VGV:





Meeting virtual de corretores de imóveis: quarentena consolida o modelo e inaugura nova era para o setor

Baixo custo e simultaneidade de forma amplificada são características da tendência digital

As reuniões de apresentação de lançamento imobiliário para a força de vendas teoricamente ficariam suspensas devido à necessidade de isolamento social desde o começo do terceiro bimestre do ano. Contudo, fazendo jus ao seu mascote símbolo da profissão de corretor de imóveis, o Colibri — pássaro cuja capacidade de adaptação surpreende especialistas — o mercado imobiliário novamente inovou.

Seguindo a onda de Lives, formato que se consolidou nesta quarentena, a incorporadora e construtora de imóveis residenciais e comerciais paulista Constrac realizou o seu meeting de forma virtual e ao vivo.

Ao todo, foram mais de 5.000 corretores de imóveis conhecendo o produto de lançamento, denominado Boulevard Arouche, sendo ao menos 1300 corretores simultâneos nas três horas de evento.

“Precisávamos levar para o corretor na segurança de casa as informações do nosso produto. E não poderia ser uma Live comum, então contratamos uma empresa especializada em fazer toda a estrutura, incluindo diversas câmeras. Também tivemos um cuidado em selecionar as pessoas que participariam [do meeting], respeitando naturalmente a quantidade de pessoas determinadas pela saúde pública”

comenta o diretor comercial da empresa, Rodrigo Lourenço

#GRANDE AUDIÊNCIA

Ampliar a oportunidade de alcance do primeiro cliente da construtora e incorporadora, ou seja, o corretor, é uma das vantagens desta opção.

A locomoção que seria necessária em um meeting tradicional dá lugar ao conforto e, conseqüentemente, a uma maior produtividade da equipe.

Sem falar que a sintetização deste público fica restrita geralmente a uma URL e não necessariamente a grandes salões, o que poupa até mesmo tempo em procura dos mesmos e recursos dos organizadores do evento.

#CUSTOS MINIMIZADOS

Dadas as reduções de gastos, como locação do espaço para realização do evento, e demais despesas adicionais, como limpeza e manutenção pós-meeting, o orçamento inicialmente disponível para a data pode ser empregado de forma até melhor.

Tudo isto abre espaço para uma premiação ainda mais assertiva, como no caso exposto da Constrac.

#GRANDES TAMBÉM APOSTAM NO FORMATO

Outra incorporadora que vem apostando no modelo de meeting virtual é a MRV Engenharia, maior incorporadora da América Latina. Através de uma live com grandes personalidades do mercado imobiliário, a empresa conseguiu atrair a atenção de mais de 10 mil corretores para apresentar o seu produto Alameda do Carmo, um bairro planejado na Zona Leste de São Paulo. A organização de todo o evento ficou a cargo da agência Hoshier, de Sérgio Langer.

Afinal, quem garante que esta não foi só uma estratégia para contornar os obstáculos em tempos de pandemia e sim que será um caminho sem volta, devido a tantas vantagens aos negócios?



Lives e eventos online continuam aproximando profissionais do mercado imobiliário mesmo em épocas de pandemia

Isolamento social gera impacto na demanda por conteúdos e mercado imobiliário responde à altura

Conexões, atualmente, se estendem além do face a face e muito menos se restringem a fiações ou convites de amizade nas redes. Durante as últimas semanas, anúncios de shows, festivais, aulas gratuitas e webinars conectaram pessoas do Norte ao Sul do país em tempo real. Os resultados foram positivos, sobretudo no mercado imobiliário, onde novos caminhos para negócios, oportunidades e reorganizações de sistemas marcaram diversas empresas do setor.



Webinars como capacitação online, gratuita e pública

É o caso da iniciativa da agência Hoshier, corporação que aderiu ao “Webinar Marketing Imobiliário e Pandemia”. Ao todo, os 4 webinars iniciais resultaram em uma audiência de 4000 pessoas ao vivo!

O lançamento do projeto visava comunicar ao mercado como seriam as mudanças no segmento imobiliário desde então e, portanto, reuniu grandes nomes como Mariana Ferronato, do Grupo Zap, Bruno Lessa, diretor do Portal VGV e Marketing SIM, e Gustavo Zanoto, do Café Imobiliário, além de profissionais como Guilherme Sawaya, da Cyrela, Guilherme Blumer, da Brasil Brokers e Gustavo Reis, da Tecnisa.

“A expectativa e impactos destes webinars foram bastante interessantes, pois possibilitou a pessoas do Brasil inteiro debaterem, conversarem, mandarem dúvidas. Entendemos o momento do mercado e para onde ele está caminhando, além de compreender o que todo este momento da Covid-19 está trazendo de aceleração e inovação”, comenta Sergio Langer, sócio-fundador da Hoshier e ImovelK.

Para ele, a palavra central é aprendizado. “Debatemos o que isto está trazendo de aprendizado para toda a cadeia de incorporador, corretor e, principalmente, ao cliente. Eles estão aprendendo muito e mudando também hábitos neste período”.





Treinamentos e eventos virtuais que otimizam processos

No aspecto “mudança de hábitos”, Maria Fernanda Beneli, gerente de Marketing do Grupo A.Yoshii de incorporação e construção comenta a importância de eventos virtuais e a vitalidade que os mesmos trazem ao negócio.

“Nós já vínhamos com uma transformação digital forte e, neste período [Covid-19], a gente se adaptou rápido. Assinatura digital, intranet, home office e treinamento digital com os times semanalmente. Inclusive, trouxemos o Bruno Lessa para um trabalho junto com os corretores de como fazer um atendimento no digital com excelência,

já que o índice de satisfação nos nossos atendimentos pessoais era de 95% e precisávamos transferir este atendimento e esta excelência para o cliente interno e externo”, diz.

Junto com o treinamento de corretores, a gerente de Marketing acrescenta que mudanças digitais vieram como resultado no pacote: lives, posts para os clientes, a atualização de novos vídeos 360° e muito mais para a contribuição de uma performance de marketing sensorial. “O ótimo é inimigo do bom. O nosso site, por exemplo, quando começou a pandemia estava bom, mas corremos com ajustes nele”.

E é por isto que o conselho da profissional é que as instituições e os colaboradores não podem traçar novas rotas com mapas antigos, principalmente neste momento. “Vemos o digital como essencial nesta época. Toda a nossa captação de clientes, ou melhor, cerca de 80% está vindo através do digital na empresa. Agora, estamos estudando lançamentos no virtual. Vemos muitas oportunidades de adequação para os negócios”.

Lives e o ‘novo normal’

Fato é que pestes - como guerras e revoluções - aceleram transformações, como é o caso do advento dos computadores, internet e câmeras digitais. Após o cenário

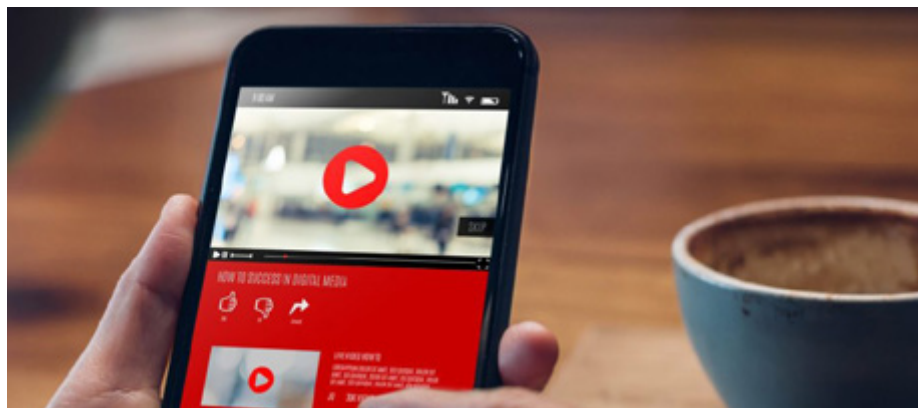
de enfrentamento humano ao coronavírus, seriam os trabalhos e estudos à distância diferentes? Afinal, os clientes devem se portar de forma diferente, sendo mais digitais, reclusos ou tendenciosos a uma higiene mais rigorosa?

A companhia global Dentsu Aegis Network em pesquisa na China, primeiro epicentro da pandemia, realizou um levantamento entre os dias 28 de fevereiro e 3 de abril com 150 executivos para buscar compreender as mudanças após a crise no comportamento das empresas e dos indivíduos em geral.

Algo é certo: sistemas de delivery, e-commerce e home office devem ser tendências no aspecto de um novo normal entre as relações de empregadores e colaboradores mundiais.

Neste compasso, consequentemente, o mercado imobiliário deve desenvolver processos ainda mais virtuais.

Se existe algo que já está em prática no mercado atualmente, conforme os destaques acima, e permanecerá durante um bom tempo ou ficará de vez segundo a pesquisa, são as videoconferências e lives com amigos, familiares e colegas de trabalho. Com esta estatística tudo aponta que webinars, meetings e muito outros eventos e necessidades do mercado poderão ser atendidos graças à modalidade de transmissão em tempo real.

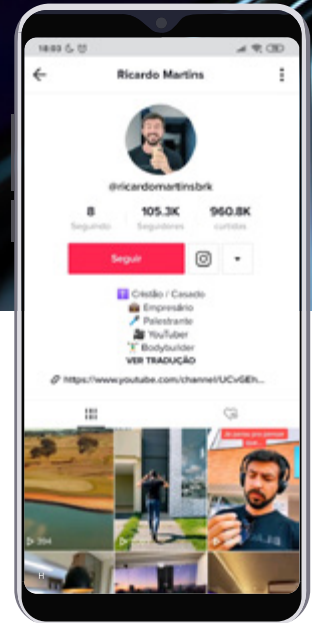
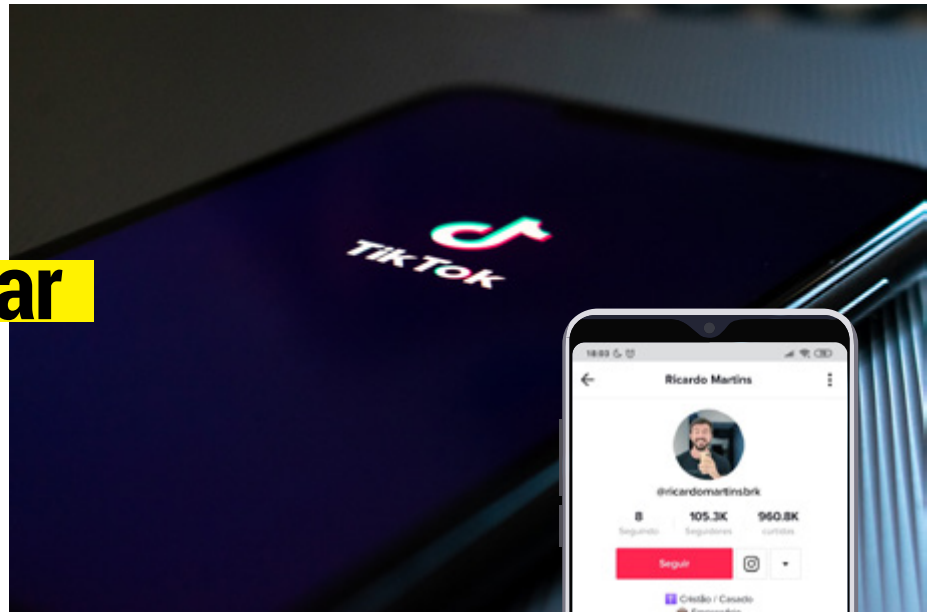


Como usar o Tik Tok para vender e alugar imóveis?

As dicas de conteúdo fazem parte da seção "Marketing Imobiliário na Prática", disponibilizado gratuitamente no canal do Portal VGV no YouTube

O efeito colateral da nova rede social nos negócios é tão empolgante quanto as "dancinhas" que o popularizou. Quem nos explica é Ricardo Martins, CEO da My Broker e o maior expositor imobiliário do Brasil, tanto no Youtube como, agora, no Tik Tok. Em escala mundial, são mais de 2 bilhões de downloads na rede lançada em 2016 na China, número que superou redes como Facebook e Instagram.

Em um mês de uso da plataforma, Ricardo alcançou 88 mil seguidores! Segundo ele, o alcance é impressionante. "Quando você olha para o cenário dos youtubers, 24 milhões de visualizações [no Youtube], é pouco. Mas quando você olha do ponto de vista de publicidade gratuita, orgânica, é muita coisa. (...) Nos dois, três primeiros dias que lancei vídeos no TikTok vi uma entrega muito forte, onde eu tinha 10 mil visualizações. Para eu conseguir isto no Youtube foram alguns anos para chegar nesse nível! Na segunda semana eu consegui um vídeo com mais de 1 milhão de visualizações e cheguei a conclusão de que esta ideia é surpreendente, absurda!".



"Dentro do volume total das visualizações eu comecei a ver que tem sim potencial de negócio, o público não está nichado apenas na juventude, adolescência. Foi nesse momento que comecei a pesquisar sobre"





O alerta do produtor é referente à adequação em estilo da rede. Isto é, os vídeos devem ter formato curto, abordagem leve e som característico. Tanto é que Ricardo utiliza o último fator para focar em emoções e prender a atenção do cliente. "Eu consigo explorar outro sentido do cliente agora, eu não tinha este sentido no Instagram em que o hábito é não ouvir o feed. Inclusive esta é uma dica para quem monta campanhas no Instagram: legenda para não perder contatos", recomenda.

Ricardo ainda brinca sobre o tempo de produção do conteúdo: "aqui entra uma dica que eu sempre dou. Quando falo que devemos produzir em volume e traço sete vídeos, geralmente as pessoas falam: 'pô, eu vou largar de ser corretor e vou ser um tiktoker!'. Não é bem assim! Eu vou em um imóvel, por exemplo, e lá eu faço os 7 vídeos. Gasto minutos lá e não é que vou ficar fazendo isto durante o dia não. A maior parte do dia a gente até pode pensar no que fazer", diz.

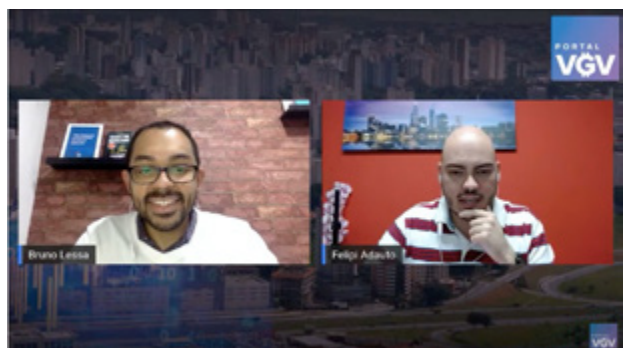
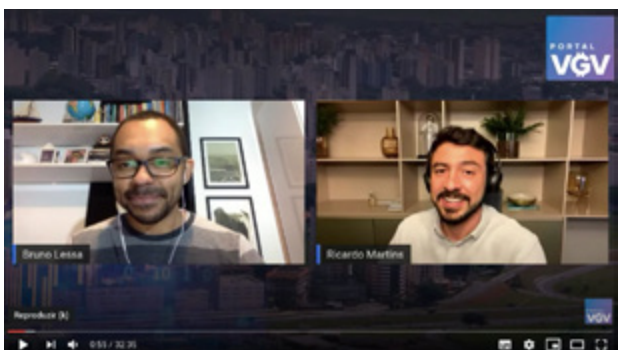
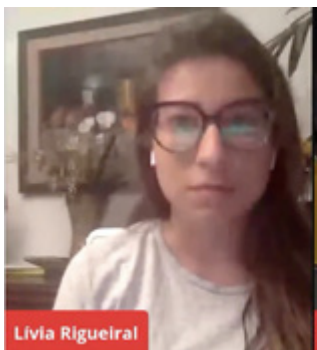
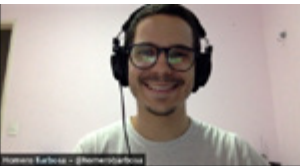
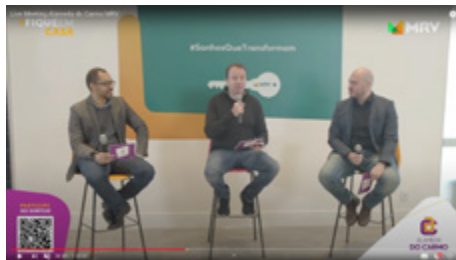
+ Pontos Positivos

Democratização da edição de vídeos;
Promoção do profissional e sua persona na rede;
Aumente seu público nas demais redes sociais, graças à migração dos usuários;
Esbanje da sua criatividade.

+ Métricas TikTok

-  Visualizações
-  Tempo de permanência
-  Compartilhamento
-  Curtidas

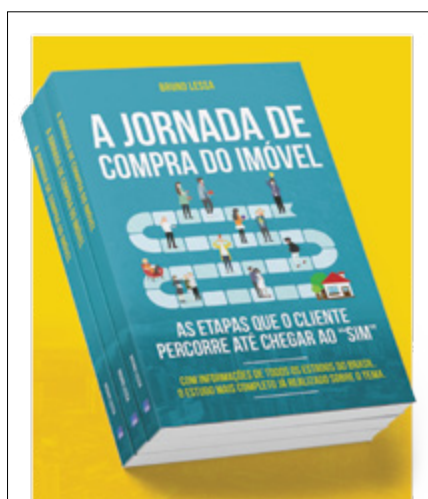
Coluna Social



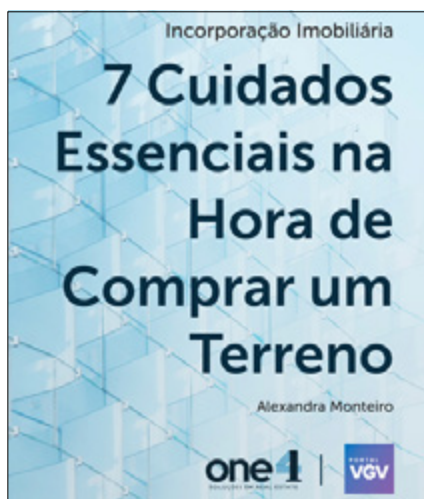
Banca VGV

Fique atualizado com o melhor da central de conhecimento do mercado imobiliário!
Conheça cursos exclusivos e as melhores publicações do setor.

www.portalvgv.com.br/banca



Livro:
A Jornada de Compra do Imóvel
R\$ 35,99



Incorporação Imobiliária:
7 Cuidados Essenciais na
Hora de Comprar um Terreno
GRÁTIS



Livro:
Meu Imóvel Meu Mundo
R\$ 59,99



Planilha de Planejamento
de Mídia
GRÁTIS



Assinatura Mensal
Revista Portal VGV
R\$ 9,99 / Mês



Livro:
A Chave da Venda de Imóveis
R\$ 39,99

“ Feita para quem toma decisões. Faça parte do seleto clube de assinantes.”

No mundo empresarial, ter acesso a informações confiáveis pode ser determinante para o sucesso. Por este motivo, o Portal VGV leva a empresários e líderes do segmento imobiliário conteúdo de qualidade, com aplicação prática no dia a dia das empresas e profissionais.



Apenas R\$ 9,99/mês*

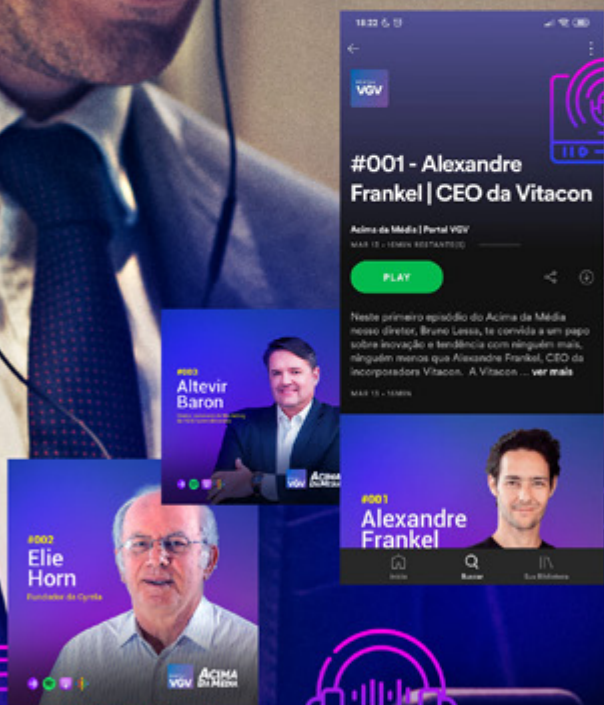
Assine: www.portalvgv.com.br/revista

* Valor mensal ref. assinatura da edição impressa da Revista Portal VGV, que possui 4 edições anuais (1 por trimestre) enviadas por Correios.

Podcast do mercado imobiliário para quem é acima da média

ENTREVISTAS EXCLUSIVAS com pessoas que são **LÍDERES DO MERCADO** já estarão disponíveis nas principais plataformas.

marketingsim.com.br



Ouçá agora mesmo no seu agragador favorito

